

Manuale d'identità visiva Sistema Camerale
A. Elementi base

A. Elementi base

Indice

Premessa
Glossario

Marchio/Logo

01	Versione positiva Camere di Commercio
02	Versione positiva Unioni Regionali
03	Versione positiva Aziende Speciali
04	Versioni negative su fondo colore istituzionale
05	Versioni negative su fondo fotografico
06	Versione in nero positiva e negativa
07	Costruzione Camere di Commercio
08	Costruzione Unioni Regionali
09	Costruzione Aziende Speciali
10	Area di rispetto
11	Combinazione orizzontale con altri marchi
12	Combinazione orizzontale con altri marchi con fili
13	Combinazione verticale con altri marchi
14	Allineamento tipografico
15	Leggibilità
16	Errori da evitare

Famiglie di caratteri tipografici

17	Trade Gothic
18	Goudy

Colori istituzionali

19	Rosso e Grigio del Sistema Camerale
----	-------------------------------------

A. Elementi base

Premessa

Marchio/Logo, caratteri istituzionali, colori sociali, sono gli elementi base sui quali si costruisce tutta l'identità visiva dell'azienda.

A partire dagli elementi base l'identità aziendale assume il ruolo di sistema che assicura eccellenti risultati in termini di riconoscibilità e di immagine.

Gli Elementi base Rappresentano pertanto il paradigma dell'identità e, in quanto tali, applicati su tutte le altre aree

A. Elementi base

Glossario

Allineamento

Disposizione degli elementi grafici (testi e/o immagini) lungo un medesimo asse di orientamento (orizzontale o verticale).

Area di rispetto

Area perimetrale intorno al Marchio/Logo in cui non vanno inseriti testi e/o immagini.

Colonna di testo

Organizzazione della disposizione di un testo secondo regole specifiche di allineamento.

Famiglia di caratteri tipografici

Insieme di differenti versioni (ad esempio corsivo, bold, book etc.) di un medesimo alfabeto di lettere e simboli.

Graziato

Tipo di carattere tipografico (ad esempio il Times New Roman) in cui le aste delle lettere mantengono dei tratti ornamentali, detti grazie o *serif*, nella loro parte terminale.

Lineare

Tipo di carattere tipografico (ad esempio l'Arial) privo di grazie (*sans serif*).

Giustezza

Larghezza di una riga o di una colonna di testo. Nella composizione in cui l'asse di allineamento è posto sulla sinistra (bandiera sinistra), la giustezza è misurata sulla riga più lunga.

Griglia

Sistema di organizzazione dello spazio secondo regole specifiche di allineamento che guidano la disposizione di testi ed immagini al suo interno.

Interlinea

Spazio che intercorre tra due righe di testo consecutive.

Pms (Pantone® matching system)

Sistema di classificazione/catalogazione dei colori tramite un codice di riferimento.

Quadricromia

Processo di stampa in cui, per ottenere la varietà cromatica desiderata, vengono combinati i quattro colori Ciano, Magenta, Giallo e Nero (cosiddetta stampa in quadricromia).

A.01 Elementi base. Marchio/Logo. Versione positiva Camere di Commercio

Il Marchio/Logo delle Camere di Commercio è l'elemento base del sistema di identità visiva.

Può essere riprodotto anche senza il marchio preesistente.

I colori istituzionali corrispondono al rosso e al grigio del Sistema Camerale (vedi tavola dei Colori istituzionali A.19).

Questa versione si usa solo su fondo bianco o molto chiaro.

Il Marchio/Logo non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in queste schede.

La riproduzione del Marchio/Logo deve avvenire utilizzando solo supporti digitali. Copie riprodotte da altre fonti o dagli esempi riportati nelle schede seguenti sono assolutamente da evitare.

**Camera di Commercio
Provincia**



**Camera di Commercio
Provincia**



A.02 Elementi base. Marchio/Logo. Versione positiva Unioni Regionali

Il Marchio/Logo delle Unioni Regionali è l'elemento base del sistema di identità visiva.

Può essere riprodotto anche senza il marchio preesistente.

I colori istituzionali corrispondono al rosso e al grigio del Sistema Camerale (vedi tavola dei Colori istituzionali A.19).

Questa versione si usa solo su fondo bianco o molto chiaro.

Il Marchio/Logo non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in queste schede.

La riproduzione del Marchio/Logo deve avvenire utilizzando solo supporti digitali. Copie riprodotte da altre fonti o dagli esempi riportati nelle schede seguenti sono assolutamente da evitare.

**Unioncamere
Regione**



**Unioncamere
Regione**



Il Marchio/Logo delle Aziende Speciali è l'elemento base del sistema di identità visiva.

Può essere riprodotto anche senza il marchio preesistente.

I colori istituzionali corrispondono al rosso e al grigio del Sistema Camerale (vedi tavola dei Colori istituzionali A.19).

Questa versione si usa solo su fondo bianco o molto chiaro.

Il Marchio/Logo non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in queste schede.

La riproduzione del Marchio/Logo deve avvenire utilizzando solo supporti digitali. Copie riprodotte da altre fonti o dagli esempi riportati nelle schede seguenti sono assolutamente da evitare.

Nome Azienda

SPECIFICA AZIENDA

Camera di Commercio Provincia



Nome Azienda

SPECIFICA AZIENDA

Camera di Commercio Provincia



Nome Azienda oltre la giustizia massima

SPECIFICA AZIENDA

Camera di Commercio Provincia

A.04 Elementi base. Marchio/Logo. Versioni negative su fondo colore istituzionale

Quando il Marchio/Logo deve essere riprodotto su un fondo colore istituzionale è necessario adottare una delle versioni negative illustrate in questa tavola.



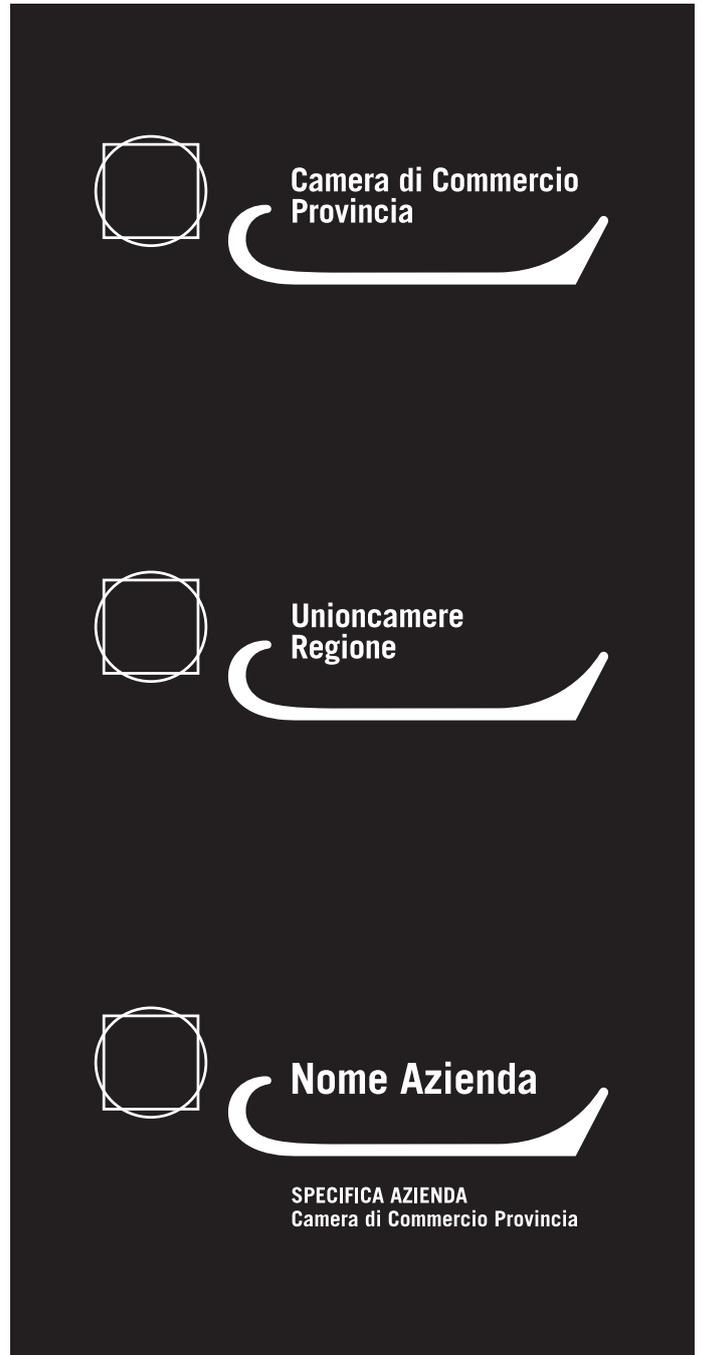
A.05 Elementi base. Marchio/Logo. Versioni negative su fondo fotografico

Quando il Marchio/Logo deve essere riprodotto su un fondo fotografico è necessario adottare una delle versioni negative illustrate in questa tavola.



A.06 Elementi base. Marchio/Logo. Versione in nero positiva e negativa

Questa versione, positiva e negativa, viene utilizzata nei casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero (ad esempio: stampa quotidiana, stampa laser o ink-jet in bianco nero, foglio fax) e non sia possibile adottare la versione colore.



A.07 Elementi base. Marchio/Logo. Costruzione Camera di Commercio

Il Marchio/Logo delle Camere di Commercio è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X).

La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

Il Logo è composto nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo/minuscolo.

La specifica è composta nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo.



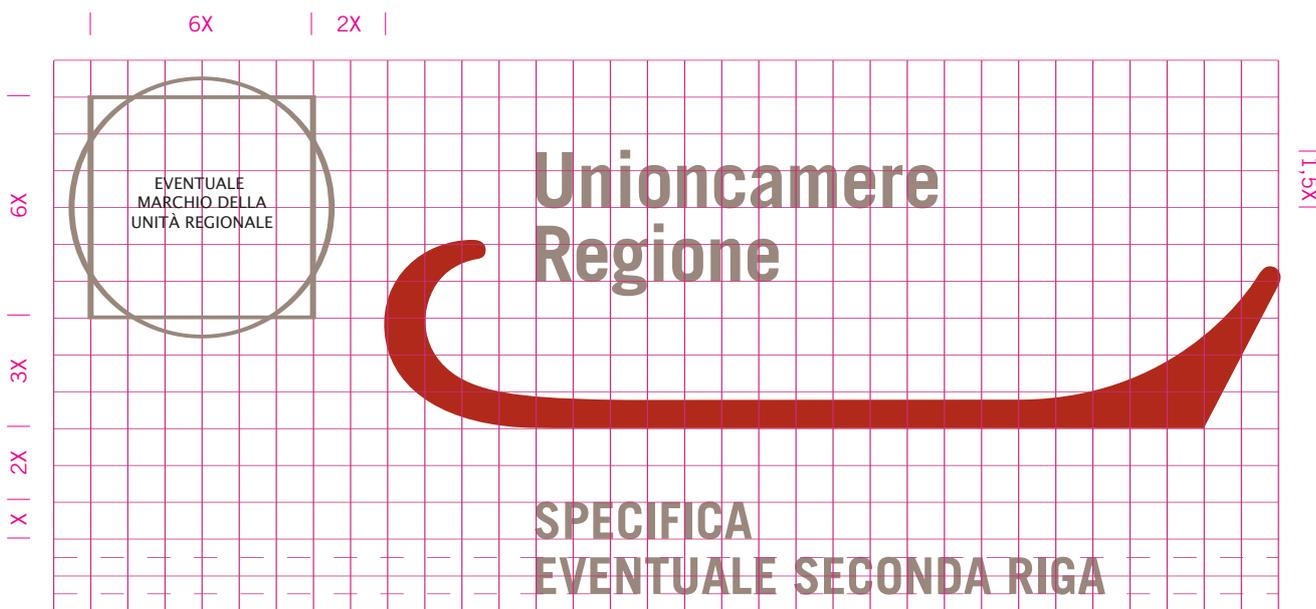
A.08 Elementi base. Marchio/Logo. Costruzione Unità Regionale

Il Marchio/Logo delle Unioni Regionali è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X).

La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

Il Logo è composto nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo/minuscolo.

La specifica è composta nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo.



A.09 Elementi base. Marchio/Logo. Costruzione Aziende Speciali

Il Marchio/Logo delle Aziende Speciali è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X).

La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

Il Logo è composto nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo/minuscolo.

La specifica è composta nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo e Maiuscolo/minuscolo.

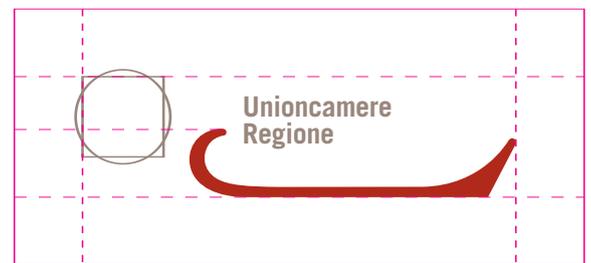
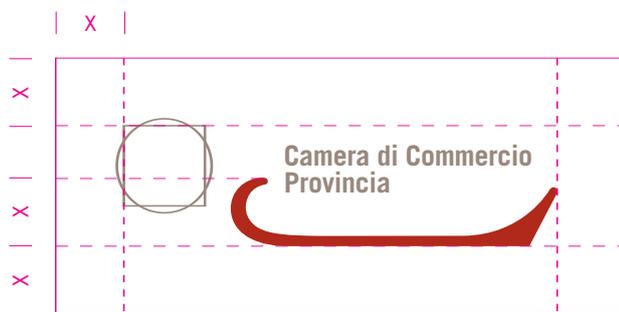


A.10 Elementi base. Marchio/Logo. Area di rispetto

La leggibilità del Marchio/Logo è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.

Lo spazio minimo da rispettare tra il Marchio/Logo ed eventuali altri elementi (testi, foto, illustrazioni) è definito dal modulo base X, come riportato in figura.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

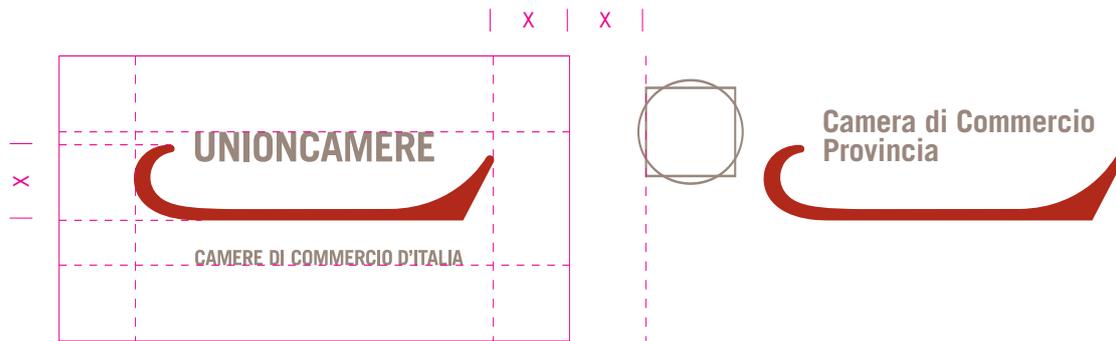


A.11 Elementi base. Marchio/Logo. Combinazione orizzontale con altri marchi

La leggibilità del Marchio/Logo è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.

Lo spazio minimo da rispettare tra il Marchio/Logo ed eventuali altri marchi è pari a due moduli base X, come riportato in figura.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

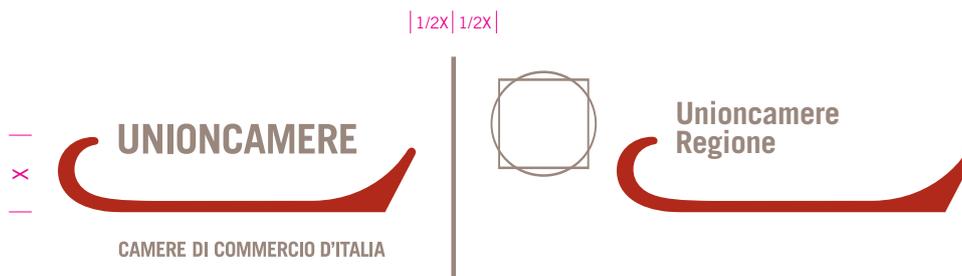


A.12 Elementi base. Marchio/Logo. Combinazione orizzontale con altri marchi con fili

Questa composizione è da prendere in considerazione solo nel caso in cui lo spazio a disposizione sia minimo. La leggibilità del Marchio/Logo è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.

Lo spazio minimo da rispettare tra il Marchio/Logo ed il filo che lo separa da un altro Marchio/Logo è pari a 1/2 del modulo base X, come riportato in figura.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato. Lo spessore del filo varia 1 pt. nelle dimensioni minime ad un massimo di 3 pt.

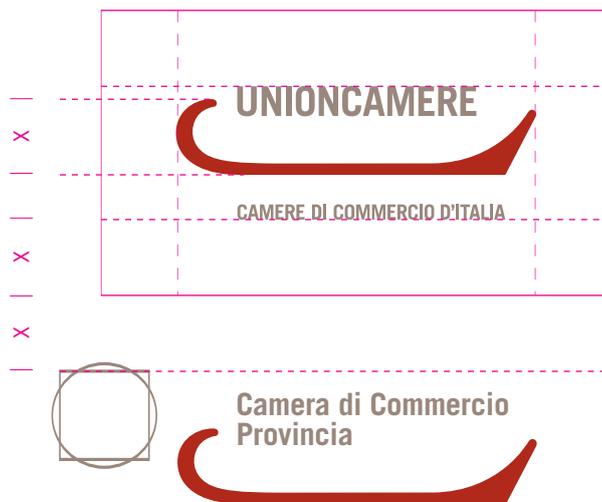


A.13 Elementi base. Marchio/Logo. Combinazione verticale con altri marchi

La leggibilità del Marchio/Logo è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.

Lo spazio minimo da rispettare tra il Marchio/Logo ed eventuali altri marchi è pari a due moduli base X, come riportato in figura.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

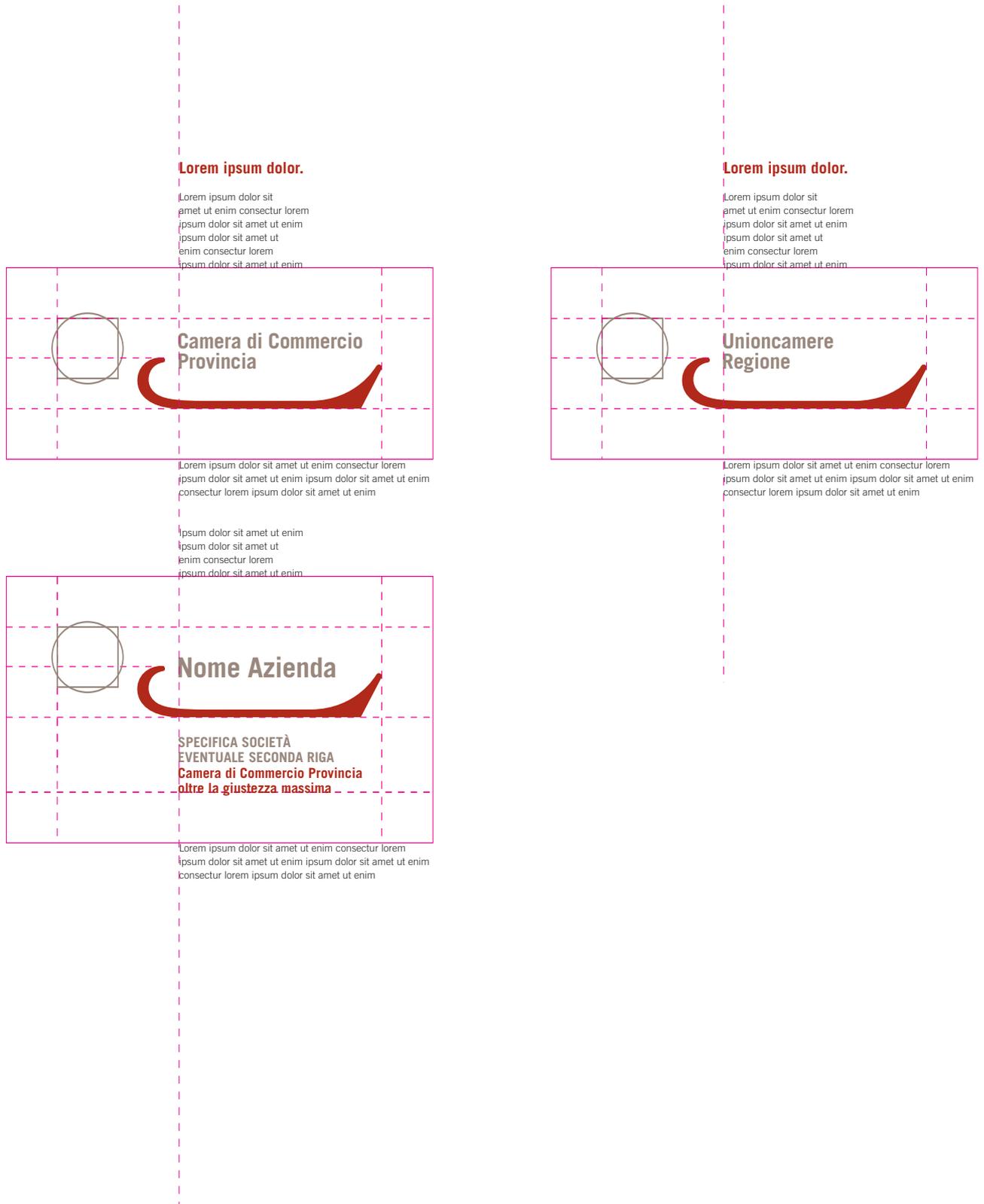


A.14 Elementi base. Marchio/Logo. Allineamento tipografico

Quando il Marchio/Logo è accostato ad un testo, è necessario seguire alcuni criteri base di impaginazione.

Tra il Marchio/Logo e gli elementi di tipografia va sempre considerata l'area di rispetto minima (vedi tavola Area di rispetto A.10).

Nella tavola sono riportate le combinazioni possibili da scegliere a seconda delle esigenze compositive.

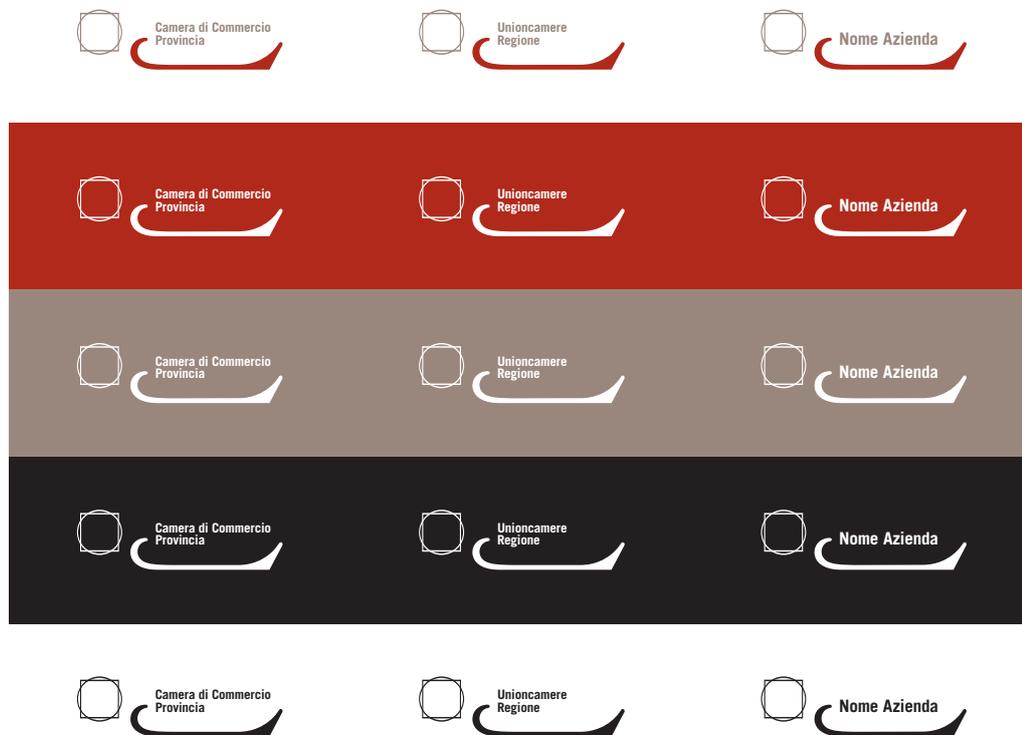


A.15 Elementi base. Marchio/Logo. Leggibilità

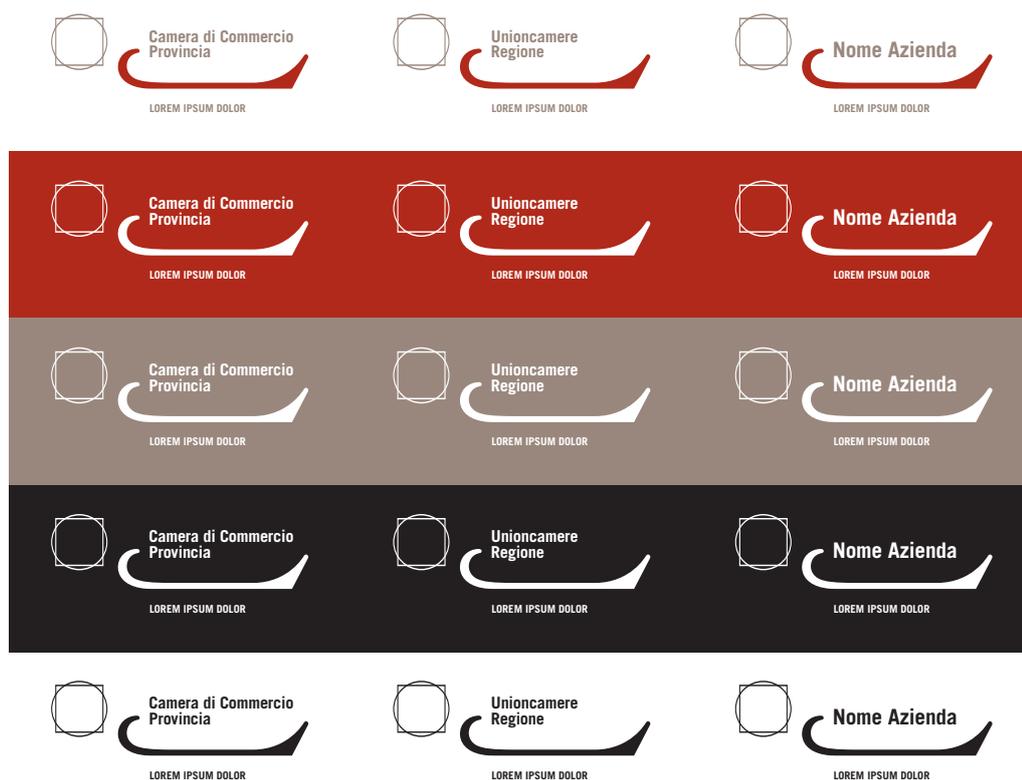
Il Marchio/Logo è leggibile anche a dimensioni minime.

Si consiglia di non utilizzare mai il Marchio/Logo con una base inferiore alle dimensioni indicate in tavola.

Base minima Marchio 20 mm



Base minima (in presenza della specifica) Marchio 25 mm



A.16 Elementi base. Marchio/Logo. Errori da evitare

In questa tavola sono illustrati alcuni esempi di errato impiego del Marchio/Logo.



Modificare la composizione o le proporzioni interne del Marchio/Logo



Deformare o distorcere il Marchio/Logo



Modificare il carattere



Modificare i colori



Ignorare l'area di rispetto e le disposizioni per il corretto allineamento del testo



Applicare il Marchio/Logo in modo da ridurne la leggibilità

A.17 Elementi base. Famiglie di caratteri tipografici. Trade Gothic

Il carattere lineare Trade Gothic è un elemento primario del sistema di identità visiva, viene utilizzato su tutto il materiale di stampa e sulle diverse forme di comunicazione.

Questa famiglia di caratteri viene utilizzata per: pubblicazioni istituzionali, titolazioni, testi per modulistica, tabelle, campagne pubblicitarie, segnaletica ecc. ed è previsto l'impiego nelle versioni Trade Gothic Light, Trade Gothic e Trade Gothic Bold.

Per il testo di lettere e di altri documenti di desktop publishing verrà utilizzato l'Arial.

Trade Gothic Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Trade Gothic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Trade Gothic Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

A.18 Elementi base. Famiglie di caratteri tipografici. Goudy Old Style

Il carattere graziato Goudy Old style è un elemento primario del sistema di identità visiva, viene utilizzato su tutto il materiale di stampa e sulle diverse forme di comunicazione.

Questa famiglia di caratteri viene utilizzata per pubblicazioni istituzionali, titolazioni, testi, tabelle, campagne pubblicitarie ecc. ed è previsto l'impiego nelle versioni: Goudy Old Style Regular, Goudy Old Style Bold.

Per il testo di lettere e di altri documenti di desktop publishing verrà utilizzato il Times New Roman.

Goudy Old Style Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Goudy Old Style Bold

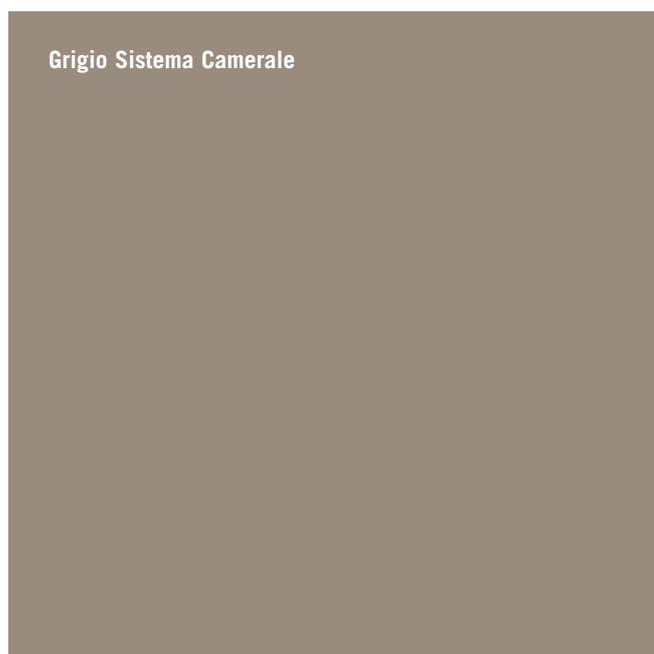
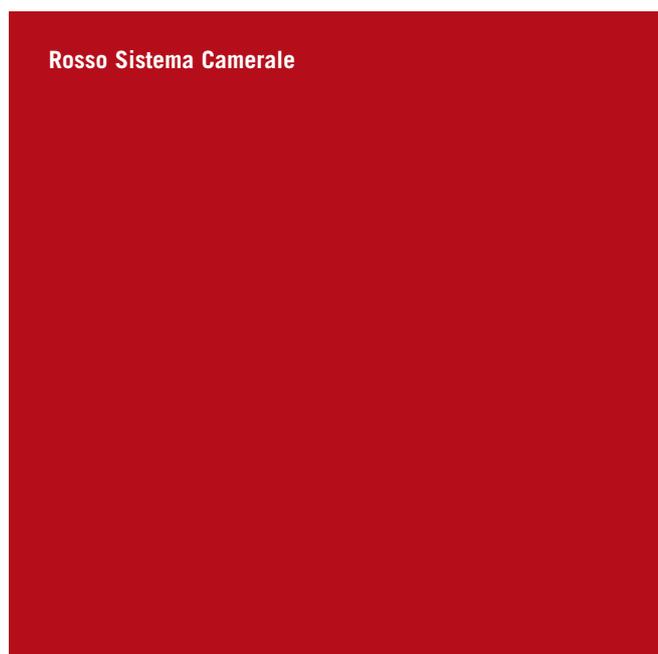
**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890**

A.19 Elementi base. Colori istituzionali. Rosso e Grigio del Sistema Camerale

Alla base del Sistema di identità visiva c'è l'utilizzo costante dei colori istituzionali: rosso e grigio del Sistema Camerale.

I colori rosso e grigio del Sistema Camerale, sono codificati con i colori della guida Pantone riportata in questa tavola (utilizzabili per la stampa su materiale cartaceo); i codici RAL (utilizzabili per la stampa a mezzo vernici), il codice 3M (utilizzabile per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive).

In casi particolari, come ad esempio negli stampati commerciali o promozionali e nella pubblicità, il marchio può essere stampato utilizzando i colori di quadricromia. In tali situazioni i colori devono essere impiegati secondo le percentuali prefissate indicate nella guida Pantone riportata in questa tavola.



	Pantone®	CMYK *	RGB **	WEB **	RAL	3M
Rosso	1807 C	0, 91, 94, 30	174, 63, 39	#AE3F27	3013	100-023
Grigio	Warm Gray 9 C	0, 15, 18, 47	158, 152, 135	#9E9887	7023	100-038

* Trascodifica da Pantone Matching System®.
Tali indicazioni sono riferite alla classificazione Pantone® Color Bridge Coated.

** Trascodifica da Macromedia® Dreamweaver

Manuale di identità visiva Sistema Camerale
A. Elementi base

Versione 1.6 - Giugno 2006

INAREA Identity Architectures
www.inarea.com